

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG**

**(Studi kasus pada konsumen Samsung di Kota Sukabumi dan
Kabupaten)**

SKRIPSI

MUHAMMAD FAJAR SIDIQ

20180080041



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI
JULI 2022**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG**

**(Studi kasus pada konsumen Samsung di Kota Sukabumi dan
Kabupaten)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh

Gelar Sarjana Di Program Studi Manajemen

MUHAMMAD FAJAR SIDIO

20180080041



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
SUKABUMI
JULI 2022**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG (STUDI KASUS PADA
KONSUMEN SAMSUNG DI KOTA SUKABUMI DAN
KABUPATEN)

NAMA : MUHAMMAD FAJAR SIDIQ

NIM : 20180080041

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti – bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk di batalkan gelar sarjana Manajemen. Saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi 27 Juli 2022

Materai

Muhammad Fajar Sidiq

Penulis

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : MUHAMMAD FAJAR SIDIQ
NIM : 20180080041
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan didepan dewan penguji pada sidang Skripsi tanggal 27 Juli 2022. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar sarjana Manajemen

Sukabumi 27 Juli 2022

Pembimbing I



Andri Ardhiyansyah, MBA.
NIDN : 0120200033

Pembimbing II



M. Andri Juniansyah, S.E., M.M.
NIDN: 0402068703

Ketua Penguji

Yusuf Iskandar, M.M.
NIDN: 0415029302

Ketua Prodi

Yusuf Iskandar, M.M.
NIDN: 0415029302

Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora

Prof. Dr. Ir. H. Koesmawan, M. Sc. MBA, DBA

NIDN 0014075205

ABSTRACT

MUHAMMAD FAJAR SIDIQ. The Influence of Brand Image, Price and Product Quality on Samsung Smartphone Purchase Decisions (Study on Consumers in Sukabumi City and District) supervised by ANDRI ARDHIYANSYAH, and M. ANDRI JUNIANSYAH, M.M

This study aims to determine the effect of brand image, price and product quality on purchasing decisions for Samsung smartphones. The sample in this study amounted to 220 respondents. This research is included in quantitative research using survey methods, and this research can also be categorized into associative research. The sampling method used non-probability sampling using purposive sampling technique and the types of data used were primary and secondary with data collection techniques using questionnaires. Data analysis was processed using Statistical Product and Service Solution (SPSS) software version 21. The results of this study indicate that simultaneously brand image, price, and product quality have an effect on purchasing decisions. Partially, brand image and product quality have a positive effect on purchasing decisions, while price has a negative effect on purchasing decisions.

Keywords: Price, Brand Image, Product Quality, Purchase Decision



ABSTRAK

MUHAMMAD FAJAR SIDIQ. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi pada Konsumen di Kota Sukabumi dan Kabupaten) dibimbing oleh ANDRI ARDHIYANSYAH, dan M. ANDRI JUNIANSYAH, M.M

Penelitian ini Bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. Sampel pada penelitian ini berjumlah 220 responden. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei, dan penelitian ini juga dapat dikategorikan kedalam penelitian assosiatif. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan *teknik purposive sampling* dan jenis data yang digunakan adalah primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data diolah menggunakan *Software Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 21 Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh pada keputusan pembelian. Secara parsial Citra merek dan kualitas Produk berpengaruh positif pada keputusan pembelian, sedangkan harga berpengaruh negatif pada keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah tuhan seluruh alam berkat rahmat dan karunia-NYA penulis dapat menyelesaikan hasil skripsi dengan judul “ PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG”

Tujuan penulisan skripsi ini ialah untuk memenuhi sebagian syarat – syarat guna mencapai gelar sarjana Manajemen di Universitas Nusa Putra Sukabumi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan laporan ini menemui kesulitan dan hambatan, baik dari segi penulisan, isi atau kata kata yang tidak tersusun dengan semestinya, namun berkat bantuan dan bimbingan akhirnya laporan skripsi ini dapat di selesaikan. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Yth. Bapak Dr. Kurniawan, ST., M.Si.M.M. Selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
2. Yth. Bapak Anggy Pradiftha Junfithrana, S.Pd., M.T. Selaku Wakil Rektor 1 Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Yth. Bapak Yusuf Iskandar, M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Yth. Bapak Andri Ardhiyansyah, MBA. Selaku Pembimbing 1 Universitas Nusa Putra Sukabumi
5. Yth. Bapak M. Andri Juniansyah, M.M. Selaku Pembimbing 2 Universitas Nusa Putra Sukabumi.
6. Yth. Bapak Yusuf Iskandar M.M. Selaku Penguji 1 Universitas Nusa putra
7. Para Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
8. Orang Tua, Kerabat Penulis yang telah memberikan dukungan secara moril maupun material
9. Rekan – rekan Mahasiswa Universitas Nusa Putra Sukabumi. Khususnya Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2018

Penyusunan Skripsi ini disusun dengan sebaik – baiknya, namun bila ada saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat

diharapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis.

Sukabumi, 27 Juli 2022

Penulis



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fajar Sidiq

NIM : 20180080041

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG (STUDI
KASUS PADA KONSUMEN SAMSUNG DI KOTA SUKABUMI DAN
KABUPATEN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi
Pada tanggal : 27 Juli 2022

Yang Menyatakan

(Muhammad Fajar Sidiq)

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3.Rumusan Masalah	4
1.4.Batasan Masalah	5
1.5.Tujuan Penelitian	5
1.6.Manfaat Penelitian	5
1.7.Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terkait	7
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Citra Merek	10
2.2.2 Harga	10
2.2.3 Kualitas Produk	11
2.2.4 Keputusan Pembelian	11
2.3 Pengembangan Hipotesis	12
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Pada Keputusan Pembelian	12
2.3.2 Pengaruh Harga Pada Keputusan Pembelian	12
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian	12
2.3.4 Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian	13
2.3.5 Kerangka Konseptual	14
2.3.6 Hipotesis	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	16

3.1 Desain penelitian.....	16
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	16
3.3 Definisi Operational.....	16
3.3.1 Indikator Citra Merek.....	17
3.3.2 Indikator Harga	17
3.3.3 Indikator Kualitas Produk	18
3.3.4 Indikator Keputusan Pembelian	19
3.4 Desain Pengambilan Sampel.....	20
3.4.1 Populasi	20
3.4.2 Sampel.....	20
3.5 Metode Pengambilan Sampel.....	21
3.6 Metode Pengumpulan Data	21
3.7 Instrumen Penelitian.....	22
3.8 Analisis Data	22
3.8.1 Uji Validitas	22
3.8.2 Uji Reliabilitas	23
3.8.3 Uji Normalitas Data	23
3.8.4 Uji Multikolinearitas	23
3.8.5 Uji Heteroskedastisitas.....	24
3.8.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	24
3.8.7 Uji t (Uji Parsial).....	25
3.8.8 Uji F (Uji Simultan)	25
3.8.9 Koefisien Determinan (R^2).....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	27
4.2 Deskripsi Data.....	28
4.2.1 Data Responden berdasarkan jenis kelamin.....	28
4.2.2 Data Responden berdasarkan usia.....	29
4.2.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	29
4.3 Hasil Uji Validasi dan Uji Reliabilitas.....	29
4.4 Hasil Uji Normalitas	32
4.5 Hasil Uji Multikolinieritas	32
4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	33
4.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	34
4.8 Hasil Uji t (Parsial) dan Uji F (Simultan)	36
4.9 Pembahasan.....	38
4.9.1 Citra Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
4.9.2 Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	39
4.9.3 Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian .	39
4.9.4 Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
BAB V PENUTUP	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Handphone di Indonesia	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Handphone di Dunia	3
Tabel 3.1 Skor Skala Likert	16
Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Citra Merek	17
Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Harga	18
Tabel 3.4 Daftar Pertanyaan Kualitas Produk.....	18
Tabel 3.5 Daftar Pertanyaan Keputusan Pembelian.....	19
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4.2 Data Penjualan Berdasarkan Usia	28
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	29
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	30
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Harga	30
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	30
Tabel 4.7 Hasil Uji Validasi Keputusan Pembelian.....	31
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	32
Tabel 4.10 Nilai Tolerance dan HIF	33
Tabel 4.11 Uji gletjer (Hasil Uji Heteroskedatisitas.....	34
Tabel 4.12 Regresi Linier Berganda	35
Tabel 4.13 Uji T (Persial).....	36
Tabel 4.14 Uji F (Simultan)	37
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinan (R ²).....	38

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	15
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	45
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	49
Lampiran 3 Hasil Uji Validasi	64
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	68
Lampiran 5 Riwayat Hidup	69



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi dari tahun ke tahun semakin canggih, terutama dibidang telekomunikasi. Hal ini berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi elektronik. Meningkatnya permintaan berpengaruh terhadap persaingan yang ketat dalam dunia bisnis di bidang telekomunikasi. Salah satunya yaitu perusahaan *handphone* yang bersaing dengan ketat untuk merebut hati *customer*, salah satunya menawarkan berbagai jenis produk terbaru kualitas yang baik dengan beragam inovasi mengikuti produk produk sebelumnya. Perusahaan berlomba lomba mewujudkan produk akan memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar (konsumen) yang bertambah beragam (Suryana, 2013). Saat ini *handphone* sudah melekat pada kebutuhan sehari hari, bukan hanya untuk menelpon atau mengirim surat saja, fungsi *handphone* pada zaman sekarang juga digunakan untuk mengakses internet, bermain game, mengerjakan tugas, terhubung dengan laptop dan smart Tv, melakukan *mobile banking*, *online shop* atau pada saat ini sedang terjadi virus menular *handphone* bisa digunakan sebagai rapat online, *work from home* untuk memudahkan penggunaanya agar tetap terlindung dari virus.

(Defriansyah et al., 2016) Pemasaran dapat dikatakan jantung dalam kehidupan perusahaan, kegiatan pemasaran dapat dilihat sebagai suatu siklus yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen akan produk maupun jasa dalam kehidupannya. Peningkatan taraf hidup masyarakat tercermin dari peningkatan kesejahteraan yang membuat konsumen menginginkan pelayanan yang lebih baik, sejalan dengan keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Oleh karena itu, perusahaan harus peka terhadap keinginan konsumen yang berbeda-beda agar produk yang ditawarkan laris manis dan diterima pasar. Produsen-produsen *smartphone* saat ini sedang berlomba lomba dengan fitur terbarunya seperti produk ponsel 5G dan jaringan 5G yang

dikembangkan di Indonesia. Laporan Newzoo 2020 Jumlah pengguna aktif *Smartphone* Setiap tahun nya selalu meningkat pesat, di tahun 2020 Indonesia sudah tembus 170,4 juta pengguna *smartphone*. Penetrasi *smartphone* di dalam negeri telah mencapai 61,7% dari total populasi

Tabel 1.1 Data Penjualan *Handphone* di Indonesia

Perusahaan	Q4Thn 2021	Pangsa Pasar Q4 2021	Q4 Thn 2020	Pangsa Pasar Q4 2020	Pertumbuhan
Oppo	2.1	20.0%	2.7	23.2%	-24.8%
Vivo	2.0	19.6%	2.7	23.3%	-26.6%
Samsung	1.9	18.9%	1.6	13.5%	21.6%
Xiaomi	1.6	15.2%	1.8	15.3%	13.9%
Realme	1.4	13.5%	1.6	14.0%	-13.9%
Others	1.3	12.8%	1.2	10.6%	5.4%
Total	10.3	100.0%	11.8	100.0%	-12.8%

Sumber: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, January 27, 2022

Dari data di atas Oppo dan vivo berhasil mempertahankan posisi 1 dan 2 Q421 yang sebelumnya mereka berhasil berada di peringkat 1 dan 2, kunci dari keberhasilan itu didapat karena Oppo dan Vivo mampu mempertahankan stabilitas pasokannya. Di urutan ke 3 dan 4 ada Samsung dan Xiaomi. 2 brand ini cukup rajin mengeluarkan hp baru yang sudah mendukung jaringan 5G. Seperti Poco M3 Pro 5G dan Redmi note 11 Pro 5G dari Xiaomi, sedangkan dari samsung mengeluarkan Samsung Galaxy A33 5G, Samsung Galaxy M23 5G yang banyak di incar konsumen kelas menengah. Di posisi ke 5 ada Realme dengan jumlah pengiriman *Smartphone* 1,4 juta unit dengan pangsa pasar 12,8%.

Penyebab merosotnya penjualan samsung di Indonesia karna gagal bersaing dengan merk asal China di kelas bawah dan menengah, di tambah samsung terlalu terburu buru merilis ponsel seri As. Seri As adalah versi perpanjangan dari Samsung Galaxy A yang sudah meluncur sejak awal tahun. Seri As ini dinilai terlalu cepat untuk mengupgrade dan peningkatan

spesifikasi yang dilakukan tidak terlalu jauh dari sebelumnya. Menurut data *International Data Corporation (IDC)*, pertumbuhan Samsung di Q4 2021 satu-satunya yang berhasil naik. Meskipun begitu, Oppo dan Vivo tetap berhasil merajai pangsa pasar *Smartphone* di Indonesia pada Q4 2021. Penurunan peringkat *Smartphone* Samsung pun terjadi kedudukannya di dunia yang bisa dilihat pada tabel 1.2

Tabel 1.2 Data Penjualan *Handphone* di Dunia

Perusahaan	4Q21 Unit	4Q21 Pangsa Pasar	4Q20 Unit	4Q20 Pangsa Pasar
Apple	84.9	23.4%	87.5	23.4%
Samsung	68.9	19.0%	63.7	17.0%
Xiaomi	45.0	12.4%	43.3	11.6%
Oppo	30.1	8.3%	33.8	9.0%
Vivo	28.3	7.8%	31.8	8.5%
Others	105.2	29.0%	114.2	30.5%
Total	362.4	100.0%	374.3	100.0%

Sumber: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, January 27, 2022

Data di atas menunjukkan bahwa di penutup tahun 2021 produk Samsung turun ke peringkat 2. Menurut informasi perusahaan TI Gartner, kemerosotan terjadi akibat pandemi corona, yang mengakibatkan kelangkaan komponen terutama chipset yang sedang langka. Bukan hanya produk Samsung saja penurunan tersebut terjadi kepada produsen smartphone terbesar lainnya yakni Huawei Oppo dan Apple. Sedangkan Xiaomi berhasil mencatatkan kenaikan penjualan meski hanya sebesar 1,4%, Samsung penjualannya secara global anjlok 22,7%, Huawei 27,3%, Oppo 19,1% dan Apple 8,2%.

Penurunan Samsung dari peringkat pertama diakibatkan juga kalah saing oleh Apple dan Xiaomi di kelas atas dan vendor China di kelas bawah, Samsung telah gagal mengambil keuntungan dari kehancuran Huawei di Eropa. Meskipun begitu Samsung memiliki pangsa pasar 19.0%, naik dari

angka 17.0% tahun 2020. Samsung Galaxy A12 menjadi andalan dari penjualan produk Samsung, dengan harga terjangkau tentunya dengan spesifikasi mampu mendukung banyak aktivitas di tahun 2022. Penjualan Smartphone Samsung di kuartal berikutnya di prediksi akan menyialip kembali ke posisi pertama seiring pulihnya pasar *Smartphone* global.

Samsung terus melakukan berbagai inovasi untuk meningkatkan kualitas produknya, agar bisa bersaing dengan kompetitornya dengan menampilkan produk andalan dan dapat memenuhi selera konsumen seperti meningkatnya konsumen 5G dan faktor bentuk baru seperti foldables.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG.**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah

1. Pandemi Covid 19 mengakibatkan menurunnya minat konsumen untuk membeli *smartphone* baru karena berkecenderungan masyarakat untuk berhemat
2. Menurunnya jumlah keputusan pembelian di Indonesia terjadi karena kalah saing di kelas menengah dan bawah dengan *Smartphone* asal Tiongkok
3. Menurunnya jumlah keputusan pembelian di Eropa karena kalah saing di kelas atas oleh *smartphone* asal Amerika dan vendor China di kelas bawah

1.3. Rumusan Masalah

- a. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada Konsumen di Sukabumi?

- b. Apakah Harga Berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada konsumen di Sukabumi?
- c. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada konsumen di Sukabumi?
- d. Apakah Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung.

1.4. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah agar lebih fokus pada topik, mengenai batasan masalah secara rinci sebagai berikut:

1. Produk yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu *Smartphone* Samsung.
2. Penelitian ini dilakukan kepada Konsumen Sukabumi yang menggunakan *Smartphone* Samsung.
3. Variabel yang diteliti meliputi; citra merek, harga dan kualitas produk.

1.5. Tujuan Penelitian

1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung
4. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung

1.6. Manfaat Penelitian

1. Bagi mahasiswa
Dapat menambah wawasan dan mengetahui lebih lanjut tentang ilmu pemasaran khususnya berkaitan dengan citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Smartphone* Samsung
2. Universitas Nusa Putra
Hasil penelitian ini bisa menambah referensi di perpustakaan Universitas Nusa Putra dan bisa di jadikan wawasan dan ilmu pengetahuan.

3. Bagi peneliti lain

Dapat dijadikan acuan apabila ingin meneliti dengan kajian yang sama.

1.7. Sistematika Penulisan

Alur dalam Kajian ini adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Membuat latar belakang, Identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan alur penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Berisikan teori tentang pengertian yang berkaitan dengan penyusunan kajian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang cara penelitian teknik pengumpulan data, cara analisa data, tahapan observasi, jadwal observasi.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Tentang hasil pemrosesan data dari kajian yang di langungkan dalam bentuk aplikasi dan data ilmiah

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran yang selaras dengan kajian dan pengoptimalan sistem berlandaskan apa yang telah diuraikan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- American Society for Quality Control. (1987). *Quality Management and Quality Assurance Standards*. ASQ.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Bayu, K., & Rodhiyah, R. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembeian Sepeda Motor Second di Kabupaten Demak. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 135–162.
- Defriansyah, D., Daud, I., & Nailis, W. (2016). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya). *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 89–102.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2017). *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling*. saGe publications.
- husain umar. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali.
- Jayanti, E. (2017). Kesadaran Merek, Harga Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rinso. *Jurnal Ekonomi*, 7 No 2.
- Kotler, & A. (n.d.). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*.
- Kottler dan K.L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedu)*. PT Index

kelompok Gramedia.

- Mandey, J. B. (2013). Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83.
- Muhajirin and Maya, P. (2017). *metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. idea press.
- muri yusuf. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenadamedia.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Rahmawati, Fajarwati, & Fauziyah. (2015). *Statistika Teori dan Praktek Edisi 3*. Lab Manajemen UMY.
- Rossiter, John R., & L. P. (1987). *Advertising and Promotion Management*. McGraw-Hill International Book Co.
- Schiffman, L. (n.d.). *G; Leslie Lazar Kanuk. 2004. Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016a). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach* (In John Wiley & Sons (ed.); Seventh).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016b). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach Seventh Edition*. In *john wiley & sons*.
https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084
- Siregar, S. Y. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Instan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*.
- Sriwahyuni, A. (2018). *Pengaruh harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone samsung pada mahasiswa uin*

raden fatah palembang. UIN Raden Fatah Palembang.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.

Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Salemba Empat.

Widiatmoko, G., & Hadi, S. P. (2016). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Mahasiswa Fisip Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 181–190.



Lampiran 4: Daftar Riwayat Hidup

DATA PRIBADI	
Nama Lengkap	Muhammad Fajar Sidiq
Jenis Kelamin	Laki – Laki
Tempat Tanggal Lahir	Sukabumi, 02 Februari 1999
Agama	Islam
Alamat	Jl. Tipar Gg Amarta 4, Rt 7/6, Kel. Tipar, Kec. Citamiang, Kota Sukabumi.
No. Handphone	085624199936
Email	Muhammad.fajar_mn18@nusaputra.ac.id
RIWAYAT PENDIDIKAN	
2006 - 2007	TK Al – Islah
2007 – 2012	SD Negeri Gunung Parang
2013 - 2015	MTsN 1 Warudoyong Kota Sukabumi
2016 - 2018	MAN 1 Kota Sukabumi
2018 - Sekarang	Universitas Nusa Putra Sukabumi

